

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Sebagai bahan pendukung penelitian, peneliti melakukan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Pengkajian ini dimaksudkan guna menghindari adanya plagiat secara keseluruhan hasil karya orang lain. Sehingga dengan adanya penelaahan ini peneliti dapat mengetahui persamaan dan perbedaan antara permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti dengan penelitian terdahulu. Adapun penelitian mengenai jual beli online di media sosial adalah sebagai berikut:

Skripsi Wahyu Elma Naf'an (2011) Universitas Jember Fakultas Hukum, dengan judul: "**Aspek Hukum Transaksi Jual Beli Secara Online Dengan Menggunakan Media Facebook**". Rumusan masalah: 1) apa transaksi jual beli secara online dengan menggunakan media Facebook telah memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian? 2) Apa hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli dalam transaksi jual beli secara online? 3) Apa langkah-langkah yang dapat ditempuh oleh para pihak apabila terjadi wanprestasi ?. Hasil dari penelitian menunjukkan: 1) Pasal 1320 KUHPdata menyebutkan bahwa syarat sahnya suatu perjanjian yaitu kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perjanjian, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal dapat diterapkan untuk menentukan keabsahan perjanjian jual beli elektronik. Dalam praktek *e-commerce* ini, syarat tersebut tidak terpenuhi secara utuh, terutama dalam hal kecakapan,

karena sulit untuk mengetahui apakah para pihak dalam *ecommerce* tersebut (terutama customer) sudah berwenang untuk melakukan suatu perbuatan hukum (jual beli melalui internet) atau tidak, selama transaksi dalam e-commerce tidak merugikan bagi kedua belah pihak, maka transaksi tersebut dianggap sah, 2) Hak dan kewajiban penjual dan pembeli sebagai para pihak dalam perjanjian jual beli harus dilaksanakan dengan benar dan lancar, apabila para pihak memperhatikan dan melaksanakan hak dan kewajibannya masing-masing. Ketentuan mengenai hak dan kewajiban penjual dan pembeli tersebut diatas, berlaku juga dalam transaksi jual beli secara elektronik, walaupun antara penjual dan pembeli tidak bertemu langsung, namun tetap ketentuan mengenai hak dan kewajiban penjual dan pembeli ini harus tetap ditaati, 3) Sedangkan penyelesaian yang dapat dilakukan apabila terjadi wanprestasi dalam suatu perjanjian jual beli melalui media Facebook antara lain yaitu melalui 2 alternatif jalur penyelesaian sengketa yaitu Litigasi dan Non Litigasi. Jalur Litigasi yaitu melalui pengadilan, jalur ini dirasa kurang efektif karena seringkali waktu dan biaya yang harus dibayarkan tidak setimpal dengan nilai kerugian barang akibat adanya wanprestasi, sehingga jalur Non Litigasi terlebih pada jalur mediasi lebih banyak diminati, karena biaya yang murah, lebih efektif dan lebih ‘kekeluargaan’ dalam menyelesaikan kasus wanprestasi. Sedangkan untuk kasus wanprestasi, sedangkan untuk penyelesaian kasus wanprestasi internasional dapat menggunakan penyelesaian sengketa melalui arbitrase yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah tipe penelitian yuridis normatif (legal research). Dimana tipe penelitian yuridis normatif (*legal research*) dilakukan dengan mengkaji berbagai aturan hukum yang bersifat formil seperti undang-undang, peraturan-peraturan serta literatur-literatur yang berisi konsep-konsep teoritis yang dikaitkan dengan permasalahan yang menjadi pokok bahasan dalam skripsi ini.<sup>1</sup>

Skripsi Muhammad Billah Yuhadian (2012) Universitas Hasanuddin Makassar Fakultas Hukum, dengan judul: **“Perjanjian Jual Beli Secara Online Melalui Rekening Bersama Pada Forum Jual Beli Kaskus”**. Rumusan masalah: 1) Bagaimana keabsahan perjanjian jual beli online melalui rekening bersama pada Forum Jual Beli (FJB) Kaskus ? 2) Bagaimana perlindungan hukum bagi pembeli (*buyer*) dan penjual (*seller*) yang menggunakan rekening bersama ?. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: 1) Perjanjian jual beli secara online melalui rekber pada FJB Kaskus memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian yaitu kesepakatan, kecakapan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal. 2) Perlindungan hukum bagi penjual dan pembeli yang menggunakan jasa rekber telah diatur dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yaitu (a) hak konsumen antara lain mendapatkan barang yang sesuai nilai tukar dan kondisi serta jaminan, mendapatkan informasi mengenai barang, dan mendapatkan ganti rugi, (b) kewajiban konsumen antara lain mengikuti prosedur penggunaan barang, beritikad baik dalam melakukan transaksi

---

<sup>1</sup>Wahyu Elma Naf'an (2011) Universitas Jember Fakultas Hukum, <http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/1125/Wahyu%20Elma%20Naf%E2%80%99an%20-%20050710101039.pdf?sequence=1> (di akses pada tanggal 18 Maret 2015)

pembelian barang, dan membayar sesuai kesepakatan, (c) hak pelaku usaha antara lain menerima pembayaran sesuai kesepakatan, mendapatkan perlindungan hukum dari konsumen yang beritikad buruk, dan hak untuk pembelaan diri sepatutnya, (d) kewajiban pelaku usaha antara lain beritikad baik, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang, dan memberikan ganti rugi atas kerugian akibat penggunaan barang yang diperdagangkan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dan metode kepustakaan (*library research*). Penelitian lapangan dilakukan dengan melakukan wawancara di kantor Kaskus, Jakarta Selatan. Selain itu penulis juga mewawancarai para pihak terkait masalah yang dibahas yaitu *seller*, *buyer* dan pemilik jasa rekening bersama. Peneliti juga melakukan penelitian kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan dengan mempelajari dan menelaah buku-buku atau literatur yang berhubungan dengan penelitian.<sup>2</sup>

Skripsi Maya Puspa Sari (2015) Universitas Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dengan judul: **“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Lazada.co.id Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Dan Bisnis USU.”** Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara online di situs

---

<sup>2</sup>Muhammad Billah Yuhadian (2012) Universitas Hasanuddin Makassar Fakultas Hukum, <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/8242/M.%20Billah-B11108439-%20Perjanjian%20Jual%20Beli%20Secara%20Online%20Mel.pdf?sequence=1> (di akses pada tanggal 18 Maret 2015)

lazada.co.id pada Mahasiswa/i Fakultas dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Uji koefisien Determinasi menunjukkan bahwa 59,5% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi, sedangkan sisanya sebesar 40,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif kausal yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda.<sup>3</sup>

**TABEL 0.1**

**Perbedaan dan Persamaan Penelitian**

NO	Nama dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Wahyu Elma Naf'an, Aspek Hukum Transaksi Jual Beli Secara Online Dengan Menggunakan Media Facebook.	Jual Beli Secara Online	Aspek Hukum Transaksi Jual Beli Secara Online Dengan Menggunakan Media Facebook. Sedangkan peneliti pengaruh pendapatan mahasiswi terhadap daya beli mahasiswi lain palangka raya dalam membeli pakaian berhijab secara online di media social

<sup>3</sup>Maya Puspa sari (2015) Universitas Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis, <http://text.123dok.com/document/1936-pengaruh-kepercayaan-kemudahan-dan-kualitas-informasi-terhadap-keputusan-pembelian-secara-online-di-situs-lazada-co-id-pada-mahasiswa-i-fakultas-ekonomi-dan-bisnis-usu.htm> (diunduh pada tanggal 14 Mei 2016)

2.	Muhammad Billah Yuhadian, Perjanjian Jual Beli Secara Online Melalui Rekening Bersama Pada Forum Jual Beli Kaskus.	Jual Beli Secara Online	Perjanjian Jual Beli Secara Online Melalui Rekening Bersama Pada Forum Jual Beli Kaskus. Sedangkan peneliti pengaruh pendapatan mahasiswi terhadap daya beli mahasiswi iain palangka raya dalam membeli pakaian berhijab secara online di media sosial
3.	Maya Puspa Sari, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Lazada.co.id Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Dan Bisnis USU	Jual Beli Secara Online	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Lazada.co.id Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Dan Bisnis USU. Sedangkan peneliti, pengaruh pendapatan mahasiswi terhadap daya beli mahasiswi iain palangka raya dalam membeli pakaian berhijab secara online di media social

Sumber: Dibuat oleh peneliti

## B. Deskripsi Teoritik

### 1. Jual Beli

#### a. Pengertian Jual Beli

Secara bahasa kata *ba'i* di ambil dari kata *ba'a-yabi'u* yang artinya memiliki.<sup>4</sup> Jual beli dalam bahasa Arab berasal dari jual (*al-ba'i*) dan kata beli (*asy-Syira*) adalah dua kata yang berlawanan artinya namun orang Arab biasa menggunakan ungkapan jual beli dengan satu kata yaitu *al-Ba'i*.<sup>5</sup>

Jual beli berarti menukar barang dengan barang untuk menjadi milik pribadi dan terjadi perpindahan kepemilikan. Berasal dari kata باع (*baa'a*) yang berarti saling mengulurkan tangan, karena baik penjual dan pembeli sama-sama mengulurkan tangan untuk memberi dan menerima barang. Bisa pula karena keduanya saling berjabat tangan, maka jual beli dinamakan *safaqah*.<sup>6</sup>

Menurut Imam Nawawi dalam kitab *Al-majmu'*, *al-ba'i* adalah pertukaran harta dengan maksud untuk memiliki. Menurut Ibnu Qudamah menyatakan, *al-ba'i* adalah pertukaran harta dengan harta dengan maksud untuk memiliki dan dimiliki. Jual beli harus dilakukan atas dasar suka sama suka.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup>Shalih Al-Fauzan, *Perbedaan Antara Jual Beli dan Riba dalam Syari'at Islam*, Solo: At-Tibhyan, 2002, h. 15

<sup>5</sup>Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh*, Jakarta: Prenada Media, 2003, h. 129.

<sup>6</sup>Ibnu Qudamah, *Al-Mughni*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2008, h. 293.

<sup>7</sup>Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008, h. 69.

## **b. Jenis-jenis Jual Beli**

Jual beli dapat di tinjau dari beberapa segi, di tinjau dari segi hukumnya jual beli ada dua macam, jual beli yang sah menurut hukum dan batal menurut hukum, dari segi objek jual beli dan segi pelaku jual beli. Di tinjau dari segi benda yang di jadikan objek jual beli dapat dikemukakan pendapat Imam Taqiyuddin bahwa jual beli dibagi menjadi tiga bentuk yaitu jual beli benda yang kelihatan, jual beli yang disebutkan sifatnya dalam janji, dan jual beli benda yang tidak ada.

Jual beli benda yang kelihatan ialah pada waktu akad jual beli benda atau barang yang di perjual belikan ada di depan penjual dan pembeli, hal ini lazim dilakukan masyarakat banyak, seperti membeli beras dan boleh dilakukan.

Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian ialah jual beli *salam* (pesanan). Menurut kebiasaan para pedagang, *salam* adalah untuk jual beli yang tidak tunai (kontan), *salam* pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu. Maksudnya ialah perjanjian sesuatu yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.

Jual beli yang tidak ada serta tidak dapat dilihat ialah jual beli yang dilarang oleh agama Islam, karena barangnya tidak tentu atau masih gelap, sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau barang titipan yang akibatnya dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak.



Sedangkan merugikan dan menghancurkan harta benda seseorang tidak diperbolehkan, seperti yang dijelaskan oleh Muhammad Syarbini Khatib, bahwa penjualan bawang merah dan wortel serta lainnya yang berada di dalam tanah adalah batal, sebab hal tersebut adalah perbuatan *gharar*.

Ditinjau dari segi pelaku akad (subyek) jual beli terbagi tiga bagian, dengan lisan, dengan perantara dan dengan perbuatan. Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan oleh kebanyakan orang, bagi orang bisu digantikan dengan isyarat, isyarat merupakan pembawaan alami dalam menampakkan kehendak, yang dipandang dalam akad adalah maksud atau kehendak dan pengertian, bukan pembicaraan dan pernyataan.

Penyampaian akad jual beli melalui utusan, perantara, tulisan atau surat-menyurat, jual beli seperti ini sama halnya dengan ijab kabul dengan ucapan, misalnya via pos dan giro, jual beli ini dilakukan antara penjual dan pembeli tidak berhadapan dalam satu majelis akad, tapi melalui pos dan giro, jual beli seperti ini dibolehkan menurut syara, dalam pemahaman sebagian ulama, bentuk ini hampir sama dengan bentuk jual beli *salam*, hanya saja jual beli salam antara penjual dan pembeli saling berhadapan dalam satu majelis akad. Sedangkan dalam jual beli via pos dan giro antara penjual dan pembeli tidak berada dalam satu majelis akad.

Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau dikenal dengan istilah *mu'atab* yaitu mengambil barang tanpa ijab dan kabul, seperti seseorang mengambil rokok yang sudah bertuliskan label

harganya, dibandrol oleh penjual dan kemudian diberikan uang pembayarannya kepada penjual. Jual beli dengan cara demikian dilakukan tanpa sighat ijab kabul antara penjual dan pembeli, menurut sebagian Syafi'iyah tentu hal ini dilarang, sebab ijab kabul sebagian rukun jual beli. Tetapi menurut sebagian Syafi'iyah lainnya, seperti Imam Nawawi membolehkan jual beli barang kebutuhan sehari-hari dengan cara demikian, yakni tanpa ijab kabul terlebih dahulu.<sup>8</sup>

### c. Pengertian Jual Beli Salam

*Bai' salam* adalah menjual sesuatu yang hanya ditentukan dengan sifat, karena masih dalam tanggungan orang yang di pesan/penjual, pembayaran diberikan duluan sedangkan barang yang dibeli/dipesan akan diserahkan dikemudian hari oleh sipenjual.<sup>9</sup> Salam di perbolehkan oleh Rasulullah Saw. dengan beberapa syarat yang harus dipenuhi. Transaksi *salam* sangat populer di zaman Imam Abu Hanafiah (80-150 AH/699-767 AD). Imam Abu Hanafiah meragukan keabsahan kontrak tersebut yang mengarah kepada perselisihan. Oleh karena itu, beliau berusaha menghilangkan kemungkinan adanya perselisihan dengan merinci lebih khusus apa yang harus diketahui dan dinyatakan dengan jelas di dalam kontrak, seperti jenis komoditi, mutu, kuantitas, serta tanggal dan tempat pengiriman.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2013, h. 75-78.

<sup>9</sup>Syarif Hidayatullah, *Qawa'id Fiqiyyah dan penerapannya Dalam Transaksi Keuangan Syari'ah Kontemporer*, hal. 148.

<sup>10</sup>Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2007, h. 90-91.

Contoh: si penjual berkata kepada sipembeli, bahwa ia menjual baju yang terbuat dari sutra, ukurannya M, dengan harga Rp. 200.000, kemudian pembeli berkata, bahwa ia membeli baju dengan sifat dan harga tersebut dan menyerahkan harga barang pada waktu akad, tetapi baju tersebut belum ada, masih disebutkan sifatnya oleh penjual. Dengan demikian, maka *salam* tersebut adalah sebagai jual-beli utang dari penjual dan kontan dari pihak pembeli, karena ia telah menyerahkan uang sebagai bayaran barang yang dipesan.

#### **d. Rukun dan Syarat Jual Beli Salam**

##### **1) Rukun Jual Beli Salam**

Segala kegiatan yang berkaitan dengan aspek muamalah atau kemasyarakatan diperlukan adanya suatu aturan yang jelas, agar dalam melakukannya tidak mengalami kendala adanya kecurangan di antara kedua pihak. Demikian pula dalam masalah jual beli, diperlukan adanya aturan yang berupa rukun dan syarat-syaratnya. Selain itu diperlukan adanya batasan-batasan yang jelas pada larangan yang harus dihindari.

Disamping itu dalam suatu perjanjian jual beli juga terdapat suatu perbuatan hukum yang mempunyai konsekuensi terjadinya peralihan hak atas suatu barang dari pihak penjual kepada pihak pembeli, maka dengan sendirinya dalam perbuatan hukum ini haruslah dipenuhi rukun dan syarat sahnya jual beli.

Adapun rukun jual beli salam yaitu:

- a) Ada si penjual dan si pembeli
- b) Ada barang dan uang pembayaran
- c) Shighat (ijab dan kabul)<sup>11</sup>

2) Syarat pokok harta (modal)

- a) Hendaklah diketahui jenisnya
- b) Hendaklah diketahui kadarnya/jumlahnya
- c) Hendaklah uang pembayaran diserahkan ketika melakukan akad

Dilihat dari segi syarat pesanannya yaitu:

- a) Barang pesanan masih dalam tanggungan penjual
- b) Barang pesanan hendaknya disebutkan sifatnya agar dapat diketahui kadarnya/jumlahnya dan sifatnya yang dapat membedakannya dari yang lainnya, untuk menghindari *gharar* (yang tidak jelas) dalam jual-beli salam tersebut dan untuk menghindari terjadinya sengketa/cekcok antara dua pihak yang melakukan transaksi salam.
- c) Hendaklah ditentukan waktu yang jelas untuk penyerahan barang dari penjual kepada pembeli.<sup>12</sup>

**e. Dasar Hukum Jual Beli Salam**

Adapun yang membolehkan untuk bertransaksi dalam jual beli salam. Ini maksudnya agar muamalah berjalan dengan sah dan segala sikap atau tindakannya jauh dari kerusakan dan tidak di benarkan. Maka

---

<sup>11</sup>Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam WA Adillatuhu*, Jakarta: Gema Insani, 2011, h. 28.

<sup>12</sup>Syarif Hidayatullah, *Qawa'idFiqiyah dan penerapannya Dalam Transaksi Keuangan Syari'ah Kontemporer*, h. 151.

perlu adanya landasan hukum yang patut kita ketahui yang bersumber dari:

1) *Al-Qur'an*

[illegible]

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau Dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua oang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya....” (QS Al-Baqarah [2]: 282)<sup>13</sup>

<sup>13</sup>Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2008, hal. 48.

Ayat ini diturunkan oleh Allah untuk memberikan legalisasi akad *salam* yang dilakukan secara tempo, Allah telah memberikan izin dan menghalalkannya, kemudian Ibnu Abbas membacakan ayat tersebut. Berdasarkan pernyataan Ibnu Abbas ini, jelas sekali bahwa jual beli *salam* telah mendapatkan pengakuan dan legalitas syara, sehingga operasionalnya sah untuk dilak

## 2) *Al-Hadis*

مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ

(رواه البخاري والترمذي والنسائي وابن ماجه, عن ابن عباس)

Artinya: “Barang siapa melakukan *salam*, hendaklah ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas, untuk jangka waktu yang diketahui.” (HR al-Bukhari, al-Turmidzi, al-Nasa’i dan Ibnu Maja dari Ibnu Abbas).

Berdasarkan atas ketentuan dalam hadits ini, dalam praktik jual beli *salam* harus ditentukan spesifikasi barang secara jelas, baik dari sisi kualitas, kuantitas, ataupun waktu penyerahannya, sehingga nantinya tidak terdapat perselisihan.

## 3) *Al-Ijma*

Jual beli *salam* dikutip dari pernyataan Ibnu Mundzir yang mengatakan bahwa, semua ahli ilmu (ulama) telah sepakat bahwa jual beli *salam* diperbolehkan, karena terdapat kebutuhan dan keperluan untuk memudahkan urusan manusia.<sup>14</sup>

## 2. Pengertian Media Sosial

---

<sup>14</sup>Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*,... h. 131-132.

Media sosial atau dalam bahasa Inggris “*Social Media*” menurut tata bahasa, terdiri dari kata “*Social*” yang memiliki arti kemasyarakatan atau sebuah interaksi dan “*Media*” adalah sebuah wadah atau tempat sosial itu sendiri. Jadi media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*”.

Ada beberapa macam media sosial yang paling populer saat ini seperti:

*a. Facebook*

Media sosial buatan Mark Zuckerberg ini memang menduduki peringkat pertama media sosial yang paling banyak digunakan di dunia. Sejak diluncurkan pada tahun 2004 silam Facebook sudah dilengkapi berbagai fitur yang memanjakan para penggunanya, mulai dari yang awam sosial internet sampai yang sudah ahli sekalipun tidak akan mengalami kesulitan menggunakan Facebook sebagai sarana berbagi informasi di dunia maya.

*b. Twitter*

Pada peringkat kedua media sosial yang paling populer saat ini adalah Twitter. Media sosial yang mirip dengan microblog ini tercatat sebagai media sosial yang paling aktif penggunaannya. Sejak diluncurkan tahun 2006 twitter tumbuh dengan pesat dan saat ini sudah mencapai 284 juta pengguna.

c. *Google Plus*

Google plus adalah jejaring sosial yang disebut oleh google pada tahun 2011, kepopuleran Google plus juga sudah mendunia. Untuk membuat akun media sosial ini juga sangat mudah, cukup membuat akun google maka secara otomatis akan mempunyai google plus. Google plus menyediakan layanan profile, *google map*, *google buzz* dan beberapa yang lain yaitu *circles*, *hangouts*, dan banyak lagi.

d. *Instagram*

Instagram merupakan media sosial tempat berbagi foto atau video yang paling populer saat ini. Pada awalnya Instagram hanya tersedia untuk berbagai OS yang lain seperti android, symbian, *windows phone*, dll. Kelebihan dari media sosial Instagram adalah bisa mengedit foto agar terlihat lebih bagus dan professional. Fitur yang tersedia di media sosial ini hampir sama dengan media sosial yang lain yaitu ada *hashtag*, *comment*, *mention*, *like*, *follow* dan masih banyak lagi yang lainnya.

e. *Pinterest (Path)*

Situs jejaring sosial ini memungkinkan untuk berbagi foto, acara, minat, dan hobi. Bukan hanya sekedar berbagi foto atau file biasa, tetapi bisa



mengelempokkan foto tersebut ke dalam kategori sesuai dengan objek foto tersebut. Hal menarik lainnya dari Pinterest adalah bisa meng-*upload* foto ke pinboard, lalu meng-*sharenya* ke dalam website atau media sosial lainnya.

*f. Tumblr*

Tumblr merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan *post* yang berbentuk blog miniyang bisa dilihat di *dashboard* pengguna lain yang mengikuti kita. Tumblr bisa dikoneksikan dengan media sosial lain seperti facebook, twitter, atau google plus sehingga ketika mem-*posting* sesuatu di Tumblr akan secara otomatis akan masuk dan tampil di media sosial lain.

*g. Flickr*

Flickr adalah media sosial khusus untuk berbagi foto. Pada media sosial ini memungkinkan untuk men-tag dengan kata kunci populer, sehingga foto atau video yang kita upload akan tersebar luas di mesin pencari. Keanekaragaman foto yang dibagikan Flickr membuat para pemilik blog menjadikannya referensi untuk mencari gambar yang berkualitas. Jadi bagi yang menyukai fotografi, melukis atau membuat video bisa juga memanfaatkan media sosial ini untuk menyalurkan hobi yang dimiliki.

*h. LinkedIn*

Media sosial LinkedIn memungkinkan untuk terhubung dengan jaringan bisnis. Singkatnya dengan memiliki akun LinkedIn sudah bisa terhubung dengan orang-orang profesional yang ada di jaringan bisnis dunia.

Likedln menyediakan lebih dari 20 bahasa layanan termasuk bahasa Indonesia. Yang menarik dari Likedln adalah para pengusaha bisa mencari langsung tenaga pekerja yang potensial untuk kemajuan perusahaannya, begitu juga sebaliknya para pencari kerja bisa melihat profil calon perusahaan atau menejer HRD.

i. *Ask.Fm*

Situs jejaring sosial ini memungkinkan untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang diajukan kepada orang lain. Fungsi utamanya kurang lebih sama dengan Yahoo *answer*. Bila mempunyai pertanyaan yang tidak bisa sendiri, maka kita bisa mem-*posting* pertanyaan itu ke Ask.fm untuk mendapatkan jawaban. Biasanya yang menjawab pertanyaan di Ask.fm adalah ahli dalam bidangnya.

j. *Social “Chat” Apps*

*Sosial “chat” Apps* berbeda dari *list* yang lainnya. Aplikasi chat ini bersifat lebih pribadi dan biasanya hanya ada di aplikasi ponsel seperti IOS, Android, Blackberry, Symbian, *Windows Phone*. Banyak orang yang menggunakan layanan media sosial ini untuk menggantikan fitur sms dalam berkomunikasi. Aplikasi chat ini lebih praktis dari sms, atau email karena aplikasi ini bisa diakses dari jaringan kartu sim dan juga koneksi wifi.<sup>15</sup>

### 3. *Bisnis Online*

#### a. **Pengertian Bisnis**

---

<sup>15</sup>Ward Hanson, *Pemasaran Internet*, Jakarta: Salemba Empat, 2000, h. 64-68.

Istilah bisnis tidak asing lagi karena merupakan sebuah aktivitas yang mungkin semua individu harus melakukan demi mencukupi tuntutan-tuntutan kebutuhan hidup. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha. Bisnis dapat didefinisikan sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Ada yang mengartikan, bisnis sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit (keuntungan). Dari pengertian bisnis tersebut, dapat dipahami bahwa setiap pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnisnya dalam bentuk; pertama, memproduksi atau mendistribusikan barang atau jasa; kedua, mencari profit (keuntungan); dan ketiga, mencoba memuaskan keinginan konsumen.<sup>16</sup>

#### **b. Pengertian Bisnis *Online***

Saat ini bisnis dapat dilakukan dengan banyak cara. Salah satu cara untuk melakukan bisnis adalah dengan menggunakan ponsel Android. Android sebagai salah satu sistem operasi ponsel pintar memang sangat tepat untuk menjalankan bisnis semacam ini. Dengan banyaknya aplikasi yang tersedia bisa dimanfaatkan secara gratis untuk menjalankan bisnis secara online maupun *offline*. Sebagai contoh bisa dilihat Kaskus for Android atau *Instagram for android* dapat dijadikan sebagai media untuk jualan hingga promosi *online*. Sedangkan untuk *offline* anda dapat

---

<sup>16</sup>Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012, h. 11-12.

menggunakan aplikasi seperti *office* maupun *note* untuk membantu bisnis kita.<sup>17</sup>

Bisnis online merupakan sebuah gebrakan baru bagi kemajuan teknologi dan globalisasi yang memberikan lebih banyak peluang terbuka bagi masyarakat dan sudah tidak bisa dipandang sebelah mata. Banyak masyarakat yang sudah tertarik berbelanja segala kebutuhannya cukup dari rumah dan tidak perlu pergi keluar rumah yang mungkin bisa menghabiskan lebih banyak biaya dan waktu. Dengan adanya bisnis online, dari rumah anda bisa melakukan transaksi antara pihak penjual dan pembeli. Dengan bermodalkan *website*, blog, bahkan melalui media sosial pun bisa menjalankan bisnis ini.<sup>18</sup>

Berikut merupakan jejaring sosial yang sering digunakan sebagai media promosi dalam penjualan online:

#### 1) *Facebook*

Bagi pelaku bisnis online tingkat lanjut tentu sudah paham atau bahkan mungkin sudah merasakan manisnya menggarap bisnis online melalui jejaring sosial ini. Ada tiga metode yang dapat diolah sehingga promosi di Facebook menjadi efektif. Pertama dengan membuat akun yang sedikit banyak berkaitan dengan produk yang dijual, jika sudah memiliki akun maka modifikasi nama sehingga mewakili produk yang ditawarkan. Kedua, buat *fan page* dengan nama produk atau

---

<sup>17</sup>Wahana Komputer, *Optimalisasi Android Untuk Bisnis Online dan Offline*, Yogyakarta: Andi Offset, 2013, h. 1

<sup>18</sup>*Ibid.*, h. 2

*brand website*. Ketiga, membuat group sebagai tempat produk tambahan.

## 2) *Instagram*

Instagram menawarkan layanan utama melalui perangkat *mobile* berupa aplikasi. Tetapi uniknya Instagram terhubung langsung ke akun Facebook. Jadi apabila akun Facebook sudah dikenal dan mempunyai banyak teman, maka tidak sulit untuk melakukan promosi via Instagram demi mendapatkan penjualan.

## 3) *Pinterest (Path)*

Hampir sama dengan Instagram, Pinterest juga tempatnya berbagi foto. Tetapi justru disitu letak keunggulan Pinterest bagi para fotografer dan juga bagi penjual. Karena gambar produk dapat diunggah dengan mudah dan dapat diakses oleh teman atau calon pembeli layaknya etalase produk namun via online.<sup>19</sup>

### c. **Keuntungan dan Kelemahan dalam Bisnis *Online***

Banyak keuntungan yang didapat dalam berbisnis online, di samping sejumlah kekurangan bisnisnya. Bisnis online mencakup semua bentuk bisnis yang dilakukan secara online atau semi online (setengah online). Berikut keuntungan utama dari bisnis online:

- 1) Availabilitas online yang memungkinkan barang yang diperdagangkan diakses selama 24 jam penuh oleh calon pembeli
- 2) Jangkauan bisnis yang luas bahkan antar Negara

---

<sup>19</sup>Ward Hanson, *Pemasaran Internet*, h. 69.

- 3) Transaksi aman tanpa membawa uang secara fisik
- 4) Efisiensi waktu, pembeli dapat dengan mudah menelusuri etalase online dengan cepat
- 5) Proses murah, penghematan sumber daya terutama biaya transportasi
- 6) Meningkatnya privasi, beberapa orang malu dan takut untuk membeli barang tertentu, tetapi dengan toko online pembeli menjadi tidak terlihat dimata penjual.

Meskipun demikian ada sejumlah kelemahan dari bisnis online yang biasanya mengacu pada kondisi barang dagangan yang ditawarkan, hal lainnya mencakup:

- 1) Sulit melihat keberadaan barang secara benar
- 2) Barang tidak dapat diterima segera setelah pembelian
- 3) Membutuhkan rangkaian proses berbelanja yang melibatkan berbagai pihak untuk memastikan proses transaksi berhasil (jasa kurir, penyedia jasa keuangan, dll)
- 4) Rentan penipuan.<sup>20</sup>

#### **4. Pakaian Berhijab**

##### **a. Pengertian Pakaian**

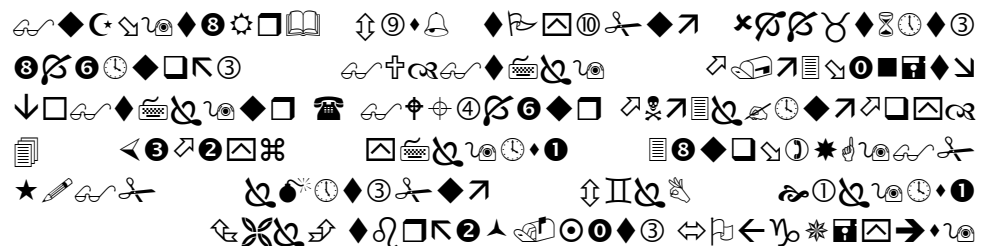
Pakaian adalah salah satu kebutuhan pokok manusia disamping makanan dan tempat tinggal. Selain berfungsi menutup tubuh, pakaian juga dapat merupakan pernyataan lambang status seseorang dalam masyarakat. Sebab berpakaian ternyata perwujudan dari sifat dasar

---

<sup>20</sup>Feri Sulianto, *Smart Online Marketer*, Yogyakarta: Andi, 2012, h. 9-10.

manusia yang mempunyai rasa malu sehingga berusaha selalu menutupi tubuhnya. Pakaian atau busana menurut bahasa adalah segala sesuatu yang menempel pada tubuh dari ujung rambut sampai ujung kaki. Menurut istilah, pakaian atau busana adalah pakaian yang kita kenakan setiap hari dari ujung rambut sampai ujung kaki beserta segala pelengkapannya, seperti tas, sepatu, dan segala macam perhiasan/aksesoris yang melekat padanya.

Dalam ajaran Islam, pakaian bukan semata-mata masalah budaya dan mode. Islam menetapkan batasan-batasan tertentu untuk laki-laki maupun perempuan. Khusus untuk muslimah, memiliki pakaian khusus yang menunjukkan jati dirinya sebagai seorang muslimah. Bila pakaian adat umumnya bersifat lokal, maka pakaian muslimah bersifat universal. Dalam arti dapat dipakai oleh muslimah dimanapun ia berada.<sup>21</sup>



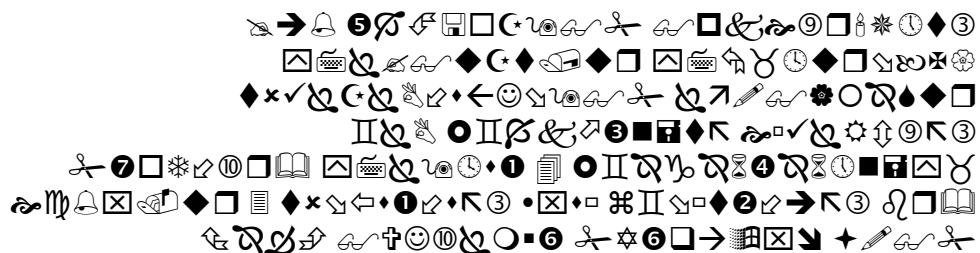
Artinya: “Hai anak Adam, sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan, dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.” (QS Al-A’raf 26)<sup>22</sup>

<sup>21</sup><http://www.scribd.com/mobile/doc/24005257> diunduh pada tanggal 26-Oktober-2015.

<sup>22</sup>Departemen Agama, Al-Qur’an dan Terjemahannya, h. 153.

## b. Pakaian Berhijab

Hijab adalah pakaian wanita muslim yang menutup bagian kepala sampai dengan kaki (termasuk dibawahan/tudung dan pakaian yang longgar tidak memperlihatkan lekuk tubuh). Menurut ajaran Islam pengertian jibab itu sendiri yang lapang dan dapat menutup aurat wanita, kecuali muka dan kedua telapak tangan hingga pergelangan saja yang ditampilkan. Secara etimologis kata jilbab berasal dari bahasa arab dan bentuk jamaknya *jalabib* tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Ahzab ayat 59.<sup>23</sup>



Artinya: "Hai Nabi, Katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (QS Al-Ahzab: 59)<sup>24</sup>

Setiap wanita muslim diwajibkan berhijab, karena melaksanakan perintah berhijab sama dengan melaksanakan perintah sholat dan puasa.

## c. Jenis-jenis Bahan Pakaian yang Sering ada di Jual Beli Online

Ada beberapa jenis pakaian yang sering dijumpai pada saat kita ingin membeli pakaian secara online seperti di bawah ini:

<sup>23</sup>Nina Surtiretna, *Anggun Berjilbab*, Bandung: Al-Bayan, 1995, h.52.

<sup>24</sup>Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 426.



1) *Kattun (Cotton)*

Katun terbuat dari 100% kapas dan memiliki serat benang yang halus, biasanya digunakan sebagai bahan untuk membuat t-shirt dan sweater. Sifatnya yang relatif dingin dan halus membuat bahan ini cocok untuk dipakai saat suasana santai maupun semi formal.

2) *Spandex atau Lycra*

Spandex adalah serat sintetis yang terbuat dari bahan polyurethane-polyurea copolymer dan memiliki sifat sangat elastic. Spandex banyak digunakan sebagai bahan untuk membuat pakaian yang memerlukan elatisitas seperti pakaian senam, pakaian renang, legging, dan skinny jeans.

3) *Chiffon*

Chiffon adalah jenis kain yang sangat ringan, halus, lembut dan biasanya terbuat dari sutera, atau serat sintetis. Oleh karena sifatnya yang halus dan menghasilkan efek mengembang, chiffon banyak digunakan sebagai bahan untuk membuat blouse, gaun, rok, dan syal.

4) *Polyster*

Polyster memiliki kemiripan dengan katun, namun kualitasnya lebih rendah. Bahan ini biasanya lebih kaku dan keras serta tidak nyaman katun.

5) *Baby Terry*

Bahan ini mirip dengan kaos, namun jauh lebih tebal dan umumnya sedikit berbulu seperti selimut. Dihasilkan dari perpaduan antara katun dan polyster. Biasanya bahan ini digunakan untuk membuat sweater, jumper, dan blazer wanita.

6) *Denim*

Denim umumnya digunakan untuk membuat celana jeans. Dibagi dalam beberapa kategori yaitu stretch dan non stretch.

7) *Katun Rayon*

Merupakan bahan campuran antara katun dan rayon viscose yang berwujud benang. Biasanya digunakan untuk membuat kemeja. Bahan ini mudah kusut dan lebih elastis dari pada katun, namun lebih ringan dari spandex.

8) *Katun Twiscone*

Sifatnya hampir sama dengan katun, namun lebih berat dan lebih tebal, serta tidak tembus angin.

9) *Paragon*

Paragon sifatnya halus seperti kapas, dan biasanya digunakan sebagai bahan untuk pembuatan baju basket.

10) *Higet*

Bahan ini sebenarnya termasuk dalam kategori spandex. Sifatnya juga elastis, namun lebih berat dari spandex biasa. Lapisan luarnya mengkilap dan tidak mudah menyerap keringat layaknya spandex biasa. Biasanya bahan ini digunakan untuk membuat baju bola.

### 11) *Drill*

Drill merupakan kompo bahan katun dan polyster. Lebih nyaman dipakai karena kandungan katunnya lebih banyak dari pada polyster. Harganya juga lebih mahal tergantung pada seberapa banyak kadar katun tersebut. Bahan ini memiliki permukaan yang berserat garis-garis miring.

### 12) *Brokat*

Brokat adalah jenis kain yang diembos dan kaya akan dekorasi dengan pola yang rumit seperti bunga, tanaman, dan lain-lain. Brokat berbeda dengan renda dan border. Biasanya digunakan sebagai bahan untuk membuat kebaya karena kesannya yang glamor.

### 13) *Linen*

Bahan ini sifatnya berkerut. Terbuat dari serat tumbuhan rami. sering digunakan untuk membuat pakaian sehari-hari dan taplak meja.

### 14) *Wedges (selena)*

Merupakan jenis kain yang biasanya digunakan untuk membuat blazer dan baju kantor. Sifatnya agak tebal dan kaku.

### 15) *Leather dan Suede*

Keduanya sama-sama terbuat dari kulit, hanya saja leather dibuat dari bagian kulit luar sementara suede dibuat dari bagian kulit dalam. Biasanya digunakan untuk membuat celana, tas, sampai dengan sepatu.

#### 16) *Knit*

Knit terbuat dari rajutan. Bahan ini sifatnya elastis dan membentuk tubuh. Ada yang terbuat dari benang halus hingga benang yang tidak terlalu halus.

#### 17) *Satin*

Dikenal sebagai kain yang permukaannya mengkilap. Terbuat dari bahan sutera dan biasanya digunakan untuk membuat gaun pesta, pengantin, jaket bisbol, kemeja, dan dasi.

#### 18) *Tenun (Woven)*

Terbuat dari hasil tenunan. Berbeda dengan knit, bahan ini sifatnya tidak elastis.<sup>25</sup>

### **d. Ciri-ciri Pakaian Wanita Menurut Islam**

Ada beberapa pakaian wanita menurut Islam seperti:

- 1) Pakaian itu mestilah menutup aurat
- 2) Pakaian itu tidak terlalu tipis sehingga tampak bayangan tubuh badan dari luar.
- 3) Pakaian itu tidak ketat atau sempit, tetapi longgar. Ia menutup bagian-bagian bantuk tubuh yang menggiurkan nafsu lelaki.

---

<sup>25</sup><http://www.sobatcantik.com/kenali-jenis-jenis-bahan-pakaian/> di unduh pada tanggal 22 Februari 2016.

- 4) Warna pakaian itu suram atau gelap, seperti warna hitam atau kelabu asap sehingga tiada bernaflu lelaki melihatnya (terutamanya pakaian seperti jilbab atau abaya)
- 5) Pakaian itu tidak sekali-kali disemerbakkan dengan bau-bauan yang harum, demikian juga tubuh badan wanita itu, karena bau-bauan ini ada pengaruhnya atas naf
- 6) Pakaian itu tidak bertamabuuu dengan pakaian lelaki yakni tiada meniru-niru atau menyerupai pakaian lelaki.<sup>26</sup>

## 5. Pendapatan

### a. Pengertian Pendapatan

Dalam Kamus Ekonomi, pendapatan (*income*) adalah uang yang diterima seseorang dalam perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga, laba dan lain sebagainya, bersama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiunan dan lain sebagainya.<sup>27</sup>

Menurut Kadariyah, pendapatan seseorang terdiri dari penghasilan berupa upah/gaji, bunga sewa, *dividend*, keuntungan, dan merupakan suatu arus uang yang diuk\ur dalam suatu jangka waktu, umpamanya seminggu, sebulan atau setahun.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup><http://hanidila.blogspot.co.id/2011/05/ciri-ciri-pakaian-wanita-menurut-islam.html?m=1> diunduh pada tanggal 22 Februari 2016.

<sup>27</sup>Cristopher Pass dan Bryan Lowes, *Kamus Lengkap Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 1994, hlm. 287.

<sup>28</sup>Kadariyah, *Analisa Pendapatan Nasional*, Jakarta: Bina Aksara, 1981, hal. 26.

Menurut Guritno, menambahkan pendapatan adalah segala macam uang yang diterima secara tetap oleh perorangan, keluarga atau organisasi misalnya upah, gaji, laba dan lain-lain.<sup>29</sup>

Selain itu, pendapatan atau income dari seseorang adalah hasil penjualannya dari faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi.<sup>30</sup>

Dalam teori tentang permintaan uang kas Keynes mengatakan, bahwa permintaan uang kas untuk tujuan transaksi ini tergantung dari pendapatan. Semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar keinginan akan uang kas untuk transaksi. Masyarakat yang tingkat pendapatannya tinggi, biasanya melakukan transaksi yang lebih banyak dibanding masyarakat yang pendapatannya lebih rendah.

Sehubungan dengan tingkat pendapatan/penghasilan berikut kriteria golongan pendapatan/penghasilan, yaitu:

- 1) Yang dimaksud dengan golongan berpenghasilan rendah adalah golongan yang memperoleh pendapatan atau penerimaan sebagai imbalan terhadap kerja mereka yang jumlahnya jauh lebih sedikit apabila dibandingkan dengan kebutuhan pokok.
- 2) Golongan berpenghasilan sedang, yaitu pendapatan yang hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok.
- 3) Golongan berpenghasilan tinggi, yaitu selain dapat memenuhi kebutuhan pokok, sebagian dari pendapatan yang diterima dapat

---

<sup>29</sup>Guritno, *Kamus Ekonomi, Bisnis, Pembukuan*, Yogyakarta: Andi Offset, 1992, hal 30.

<sup>30</sup>Boediono, *Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPFE, 1996, hal. 170.

ditabung dan digunakan untuk kebutuhan lain ataupun kebutuhan dimasa mendatang.<sup>31</sup>

Berdasarkan penggolongannya, Badan Pusat Statistik (BPS, 2008) membedakan pendapatan menjadi 3 golongan adalah:

- 1) Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp.2.500.000,00 – s/d Rp. 3.500.000,00 per bulan
- 2) Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp.1.500.000,00 s/d Rp. 2.500.000,00 per bulan
- 3) Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata 1.500.000,00 per bulan.<sup>32</sup>

**b. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan:**

- 1) Pekerjaan atau Jabatan

Semakin tinggi jabatan seseorang dalam pekerjaan pendapatannya juga semakin besar.

- 2) Pendidikan

Semakin tinggi pendidikan seseorang maka mengakibatkan jabatan dalam pekerjaan semakin tinggi dan pendapatan yang diperoleh semakin besar.

- 3) Masa Kerja

Masa kerja yang lama berpengaruh terhadap pendapatan, dimana masa kerja semakin lama pendapatan semakin besar.

---

<sup>31</sup>Mulyanto Sumardi dan Hans Dieter-Evers, *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*, Jakarta: Rajawali Pers, 1985, hal. 80-81.

<sup>32</sup>[http://www.academia.edu/4952675/pengaruh\\_pendidikan\\_dan\\_pendapatan\\_orangtua\\_terdampak\\_sikap\\_dan\\_prestasi\\_belajar\\_siswa](http://www.academia.edu/4952675/pengaruh_pendidikan_dan_pendapatan_orangtua_terdampak_sikap_dan_prestasi_belajar_siswa)

#### 4) Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga yang banyak mempengaruhi jumlah pendapatan karena jika setiap anggota keluarga bekerja maka pendapatan yang diperoleh akan semakin besar.<sup>33</sup>

### 6. Pengertian Pembeli

Dalam kamus bahasa Indonesia pembeli adalah orang yang membeli. Pembeli diambil dari istilah asing (Inggris) yaitu *consumer*, secara harfiah dalam kamus-kamus diartikan sebagai “seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu”; atau “sesuatu atau seseorang yang menggunakan sesuatu persediaan atau sejumlah barang”. Ada juga yang mengartikan “setiap orang yang menggunakan barang atau jasa”.<sup>34</sup>

### 7. Daya Beli

#### a. Pengertian Daya Beli

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia daya beli adalah kemampuan mengeluarkan ongkos atau dana untuk mendapatkan suatu barang.<sup>35</sup> Daya beli, dapat juga di pahami bahwa daya beli merupakan kemampuan konsumen dalam membayar untuk memperoleh barang yang

<sup>33</sup>Mulyanto Sumardi dan Hans Dieter-Evers, *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*, h. 92.

<sup>34</sup>[Http://www.lepank.com/2012/07/pengertian-pembeli.html?m=1](http://www.lepank.com/2012/07/pengertian-pembeli.html?m=1) diakses tanggal 20 april 2016.

<sup>35</sup>Suyato Bakir, Sigit Suryanto, *Edisi Terbaru Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, 2006, h. 127.



dikehendaki atau diperlukannya. Ketika sebuah pemasaran bisa memberikan daya tarik pada konsumen, maka akan tercipta sebuah respon positif yang berimplikasi pada keputusan pembelian.<sup>36</sup> Karena keputusan pembelian merupakan tahapan pada proses akhir dan serangkaian tahapan proses yang terjadi pada perilaku konsumen.<sup>37</sup>

#### **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Beli**

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Beli Konsumen yaitu:

##### **1) Tingkat Pendapatan**

Pendapatan merupakan suatu balas jasa dari seseorang atas tenaga atau pikiran yang telah disumbangkan, biasanya berupa upah atau gaji. makin tinggi pendapatan seseorang makin tinggi pula daya belinya dan semakin beraneka ragam kebutuhan yang harus dipenuhi, dan sebaliknya.

##### **2) Tingkat Pendidikan**

Makin tinggi pendidikan seseorang makin tinggi pula kebutuhan yang ingin dipenuhinya. Contohnya seseorang sarjana lebih membutuhkan computer dibandingkan seseorang lulusan sekolah dasar.

##### **3) Tingkat Kebutuhan**

Kebutuhan setiap orang berbeda-beda. Seseorang yang tinggal di kota daya belinya akan lebih tinggi jika dibandingkan dengan yang tinggal di desa.

##### **4) Kebiasaan Masyarakat**

---

<sup>36</sup><http://www.kamusbesar.com/49814/daya-beli> di unduh pada tanggal 15 april 2015.

<sup>37</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2013. h. 194.

Di zaman serba modern muncul kecenderungan konsumerisme didalam masyarakat. Penerapan pola hidup ekonomis yaitu dengan membeli barang dan jasa yang benar-benar dibutuhkan, maka secara tidak langsung telah meningkatkan kesejahteraan hidup.

#### 5) Harga Barang

Jika harga barang naik maka daya beli konsumen cenderung menurun sedangkan jika harga barang dan jasa turun maka daya beli konsumen akan naik. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan.

#### 6) Mode

Barang-barang yang baru menjadi mode dalam masyarakat biasanya akan laku keras di pasar sehingga konsumsi bertambah. Dengan demikian mode dapat mempengaruhi konsumsi.<sup>38</sup>

### C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang yang telah terdeskripsi secara rinci, peneliti lebih menitik beratkan pada pengaruh pendapatan mahasiswi terhadap daya beli mahasiswi IAIN Palangka Raya dalam membeli pakaian berhijab secara online di media sosial.

Teori tentang permintaan uang kas Keynes mengatakan, bahwa permintaan uang kas untuk tujuan transaksi ini tergantung dari pendapatan. Semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar keinginan akan uang kas untuk transaksi. Masyarakat yang tingkat pendapatannya tinggi, biasanya

---

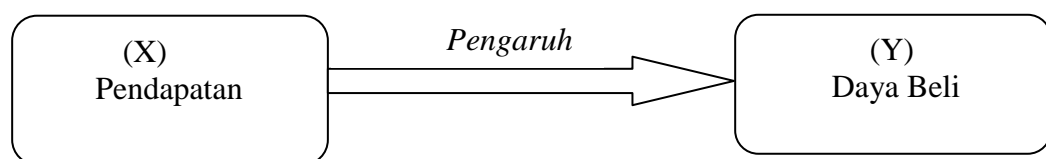
<sup>38</sup>Sukardi, *Ekonomi 1*, Jakarta: Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional, 2009, hal.109-110.

melakukan transaksi yang lebih banyak dibanding masyarakat yang pendapatannya lebih rendah. Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pendapatan yang diperoleh oleh seseorang maka akan mempermudah seseorang dalam melakukan transaksi, karena dengan adanya pekerjaan, pendidikan, masa kerja yang lama, itu akan mempengaruhi pendapatan seseorang. Karena inilah yang membuat seseorang lebih banyak melakukan transaksi dan cenderung memiliki daya beli yang tinggi, dengan adanya teori tersebut jelaslah bahwa tingkat pendapatan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi daya beli.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat pendapatan dapat mempengaruhi daya beli. Kerangka pikir pada penelitian ini terpola pada suatu alur pemikiran yang terkonsep seperti tampak pada skema berikut ini:

#### **Skema 1 : Kerangka Pikir**

**Pengaruh Pendapatan Mahasiswa Terhadap Daya Beli Mahasiswa IAIN  
Palangka Raya Dalam Membeli Pakaian Berhijab Secara *Online* Di  
Media Sosial.**



Keterangan : X = Pendapatan

Y = Daya Beli

#### D. Hipotesis

Menurut Jhon W. Best, hipotesis merupakan prediksi yang baik atau kesimpulan yang dirumuskan dan bersifat sementara. Hipotesis di adopsi untuk menjelaskan fakta-fakta atau kondisi yang diamati dan untuk membimbing dalam penyelidikan lanjut.<sup>39</sup>

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka untuk pemecahan masalah peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut: Ada pengaruh secara signifikan antara pendapatan mahasiswa terhadap daya beli mahasiswa IAIN Palangka Raya dalam membeli pakaian berhijab secara *online* di media sosial

---

<sup>39</sup>Bambang prasetyo & Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015, h.26.